
SEOに効果的な タイトル/ディスクリプションの考え方



WILLGATE

MAKE YOUR WILL COME TRUE

目次

はじめに	3
なぜタイトル・ディスクリプションが重要なのか	4
タイトル・ディスクリプションの文字数	5
タイトル・ディスクリプションの書き方	6-11
1. どんなキーワードで上位表示を狙うのかを決める	
2. セットで検索されそうなキーワードを含める	
3. 入りきらなかったキーワードはディスクリプションに	
補足：サイト内でのタイトル重複について	
補足：役割別のタイトル設定	
まとめ	12
お問い合わせ先	13

はじめに

あなたのサイト、アクセス増加に効果的な タイトル・ディスクリプションになっていますか？

SEO対策とひとことに言ってもやるべきことはたくさんありますが、中でも最も基本的で、かつ効果的な施策がタイトル・ディスクリプションの改善です。特にタイトルは、上位表示に大きく影響します。

▼タイトル

プロモニスタ | ウィルゲートがお送りする最新のコンテンツマーケティング ...

<https://promonista.com/>

ウィルゲートがお送りするプロモニスタでは、コンテンツマーケティングとコンテンツSEO、SEO対策を中心にwebマーケティング関連の最新情報やノウハウ、当社の事例を発信しています。

▲ディスクリプション

今回は検索エンジンからの流入を増やすためのタイトル・ディスクリプションの書き方をご紹介します。

なぜタイトル・ディスクリプションが重要なのか

1. タイトルはSEOにおいて最も重要な要素だから

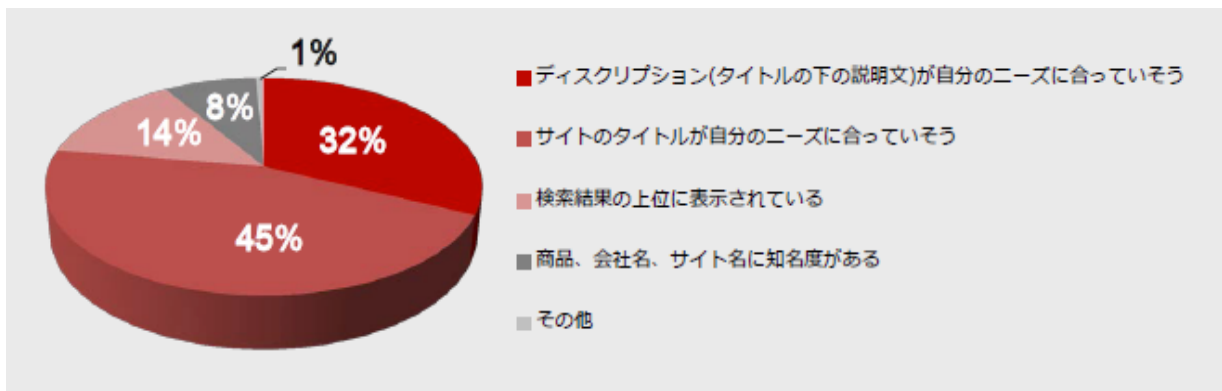
タイトルは検索エンジンで上位表示するためのもっとも重要な要素のひとつです。

Googleのクローラー（Webサイトの情報を収集するロボットのようなもの）は、「このページは何について書かれているか」を判断する際にタイトルタグを最も重視します。ですからタイトルに検索キーワードを含めるか含めないかで検索順位が大きく変動する場合も多くあります。

2. 検索結果でのクリック率に大きな影響を与えるから

ディスクリプションが上位表示に対して与える影響はほとんどありませんが、クリック率には影響を与えます。わたしたちが独自に行なった調査でも、検索結果画面からクリックするサイトを選ぶ際に約3割のユーザーがディスクリプションを重視すると回答しました。

検索キーワードを含み、かつ訴求力も高いタイトル・ディスクリプションを作ることの重要性が伺えます。



◀ タイトルを重視するユーザーが約40%、ディスクリプションを重視するユーザーと合わせて約80%にのぼる

参考：[インターネットユーザーの検索行動調査](#)

タイトル・ディスクリプションの文字数

文字数の目安

現在の検索結果画面で表示される**タイトル文字数の目安**は以下です。

- Google→全角約28文字
- Yahoo!→全角約35文字

以前はGoogleも最大で32文字ほど表示されていたのですが、2014年3月の検索結果画面の変更で更に表示文字数が減りました。Googleの方が文字数が少ないので、そちらに合わせたほうが無難でしょう。

ディスクリプションの表示文字数の目安は全角120文字です。

タイトル文字数がオーバーしている場合どう認識される？

タイトルの文字数がオーバーしている場合でも、タイトル内の文言は認識はされます。そのため、狙っているキーワードがいくつかあり、どうしても長くなってしまう場合は無理して文字数以内に抑えなくてもよいでしょう。

▼オーバーしている文字は「...」で省略される

[【新人Webマーケター必見】アンカーテキストの役割を正しく理解して効果的 ...](https://promonista.com)

<https://promonista.com> > [SEO](#) ▼

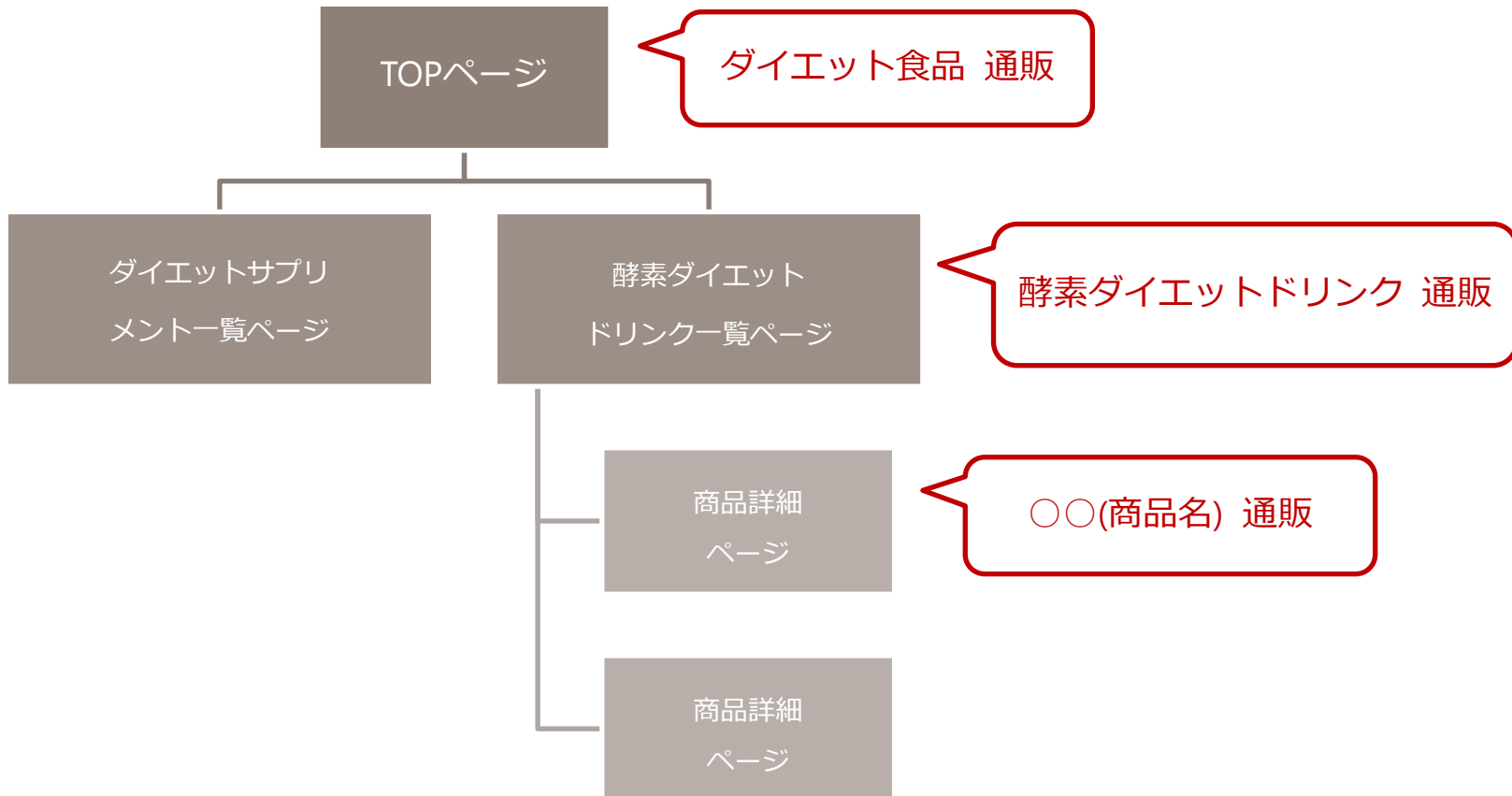
タイトル・ディスクリプションの書き方

1. どんなキーワードで上位表示を狙うのかを決める
2. 上位表示したいキーワードとセットで検索されそうなキーワードを含める
3. タイトルに入りきらなかったキーワードはディスクリプションに入れる

1.どんなキーワードで上位表示を狙うのかを決める

基本的にサイトの構造によって、特定のページでどのようなキーワードで上位表示したいかが決まってくると思います。これからサイトを設計するという方は、SEOで上位表示を狙いたいキーワードの選定と、サイトのどの部分でそのキーワードを拾っていくか、併せて考えることをおすすめします。

▼ダイエット関連商品を扱うECサイトの例



2.セットで検索されそうなキーワードを含める

上位表示したいキーワードが決まったら「そのキーワードとセットで検索されるキーワードは何か」を考えましょう。例えばダイエット食品の通販サイトであれば、安さ訴求系キーワード（激安・格安・送料無料）、選び方系キーワード（ランキング、口コミ、おすすめ）などが考えられます。あとはサイトの強みによって何を優先してタイトルに含めるかが変わります。文字数の範囲内で調整していくことになります。

この一工夫によって、上位表示されるキーワードの幅が広がります。

安さに強みがある場合

激安・格安のダイエット食品通販【後払いOK】 | プロモニスタダイエット
<https://promonista-diet.com>

商品の選び方や比較方法に強みがある場合

口コミ評価で比較できるダイエット食品通販サイト | プロモニスタダイエット
<https://promonista-diet.com>

3. 入りきらなかったキーワードはディスクリプションに

タイトルには入れられないけどサイトの強みとも合っているし、訴求力もありそう、かつ検索される可能性のあるキーワードはディスクリプションに入れておきましょう。ページのコンテンツにそのキーワードが含まれていれば上位表示される可能性もありますし、その時にディスクリプションに入れておけば太字で表示されるので訴求力の高いディスクリプションにするのに役立ちます。

Google: 検索キーワードに合致している**ディスクリプションとURLが太字で表示される**

おすすめの**酵素ドリンク**ランキング2016 | プロモニスタダイエット

<https://サンプル酵素ドリンク.html>

ダイエットに効く**酵素ドリンク**って色々ありすぎてどれがいいのかわからないと悩んでいる方も多いと思います。値段が安いと成分が心配・・・、どうせ飲むなら味も美味しく飲めるものもいい・・・と色々な心配を解決します。**酵素ドリンク**別の価格・成分・効果についてご紹介します。

Yahoo!: 検索キーワードに合致している**タイトル・ディスクリプション・URL全てが太字で表示される**

おすすめの**酵素ドリンク**ランキング2016 | プロモニスタダイエット

<https://サンプル酵素ドリンク.html>

ダイエットに効く**酵素ドリンク**って色々ありすぎてどれがいいのかわからないと悩んでいる方も多いと思います。値段が安いと成分が心配・・・、どうせ飲むなら味も美味しく飲めるものもいい・・・と色々な心配を解決します。**酵素ドリンク**別の価格・成分・効果についてご紹介します。

補足：サイト内でのタイトル重複について

サイト内でのタイトル重複はNG！ルール作りを工夫しよう

サイトのコンテンツが違えばタイトルも変えなければなりません。サイト内でタイトル重複が多いサイトは似たようなコンテンツを大量に保有しているサイトとして評価を下げられてしまう可能性もあります。

必ずページ固有のタイトルをつけるようにしましょう。

また、実際に大量に似たようなコンテンツが生成されてしまうサイト（サイト内検索により無限に動的ページが生成される等）は以下の様なルールを定めましょう。

- サイト内検索結果が複数ページになる場合はタイトルの最後に○ページ目とつける
- 検索結果が○件以下のページはnoindexにする（検索エンジンの評価対象から外す）

補足：役割別のタイトル設定

ソーシャル拡散も狙いたいコンテンツページは役割別のタイトルを

コンテンツマーケティングの流行もあり、幅広いユーザーに読まれるようなお役立ちコンテンツを発信する企業が増えています。そのコンテンツの内容によっては、情報収集をしているユーザーの検索エンジン経由の流入だけでなく、Facebookやtwitterなどでの拡散が狙える場合もあるでしょう。

その際、ソーシャルメディアで目に止まりやすいようなキャッチーなタイトルと、検索された際にわかりやすいようなキーワードを含めたSEO向けのタイトルが一致しないことも多くなります。

そういった場合は別々のタイトルを表示させる設定を行いましょう。

基本的に検索結果に表示されるのはHTML上の～に囲まれたもので、ソーシャルメディアで表示されるのはOGPタグ※で設定したものです。

HTML上のtitleタグ内に記載するタイトルとOGPで設定するソーシャルメディア向けのタイトルは別々のものを設定することができます。WordPressを使ってサイトを構築していれば、All in One SEO Packというプラグインを入れることで設定が可能になります。

※OGPとは「Open Graph protocol」の略称です。FacebookやTwitter、mixiなどのSNSでシェアされた際に、そのページのタイトル・URL・概要・アイキャッチ画像（サムネイル）を意図した通りに正しく表示させる仕組みです。

出典：[【2015年最新版】FacebookのOGP設定がわかるサイト6選+1 | ferret \[フェレット\]](#)

まとめ

タイトル・ディスクリプションの付け方の概要はお分かりいただけましたでしょうか？
どちらもものすごく奥深いもので、記事でお伝えしきれないような細かいノウハウもたくさんあります。

しかしながら絶対に外せない重要なポイントは「ユーザーと検索エンジンの両方にとってわかりやすく」ページ内容を的確に記述していればOKです。

ぜひこの機会にサイトのタイトル・ディスクリプションを見直して、検索エンジンからのアクセスが変化するか、試してみてください。

本資料についてのご質問・ご相談は以下までお願いいたします。

お電話でのお問い合わせはこちら

 **0120-4800-72**

Webからのお問い合わせはこちら



<https://promonista.com/serviceform/>

※お問い合わせには必ず1営業日以内にご返信いたします。

当資料の著作権について

当資料の文章や画像について、株式会社ウィルゲートから
未承諾で複製するなど、企業秘密の開示を禁じております。

何卒ご了承くださいませ。



WILL GATE

MAKE YOUR WILL COME TRUE

お電話でのお問い合わせはこちら

 **0120-4800-72**

Webからのお問い合わせはこちら



<https://promonista.com/serviceform/>

※お問い合わせには必ず1営業日以内にご返信いたします。